



TITLE:

学生相談における電子メール窓口 の現状と課題

AUTHOR(S):

中川, 純子

CITATION:

中川, 純子. 学生相談における電子メール窓口の現状と課題. 京都大学カウンセリングセンター紀要 2002, 31: 53-64: 30017.

ISSUE DATE:

2002-03

URL:

<https://doi.org/10.14989/156321>

RIGHT:

学生相談における電子メール窓口の現状と課題

中 川 純 子*

I. はじめに

コミュニケーションの道具は時代に伴ってさまざまなものが現れる。インターネットを利用した電子メールもそのひとつで、現代の大学生・大学教職員にもかなり深く浸透してきた。それは、教官とのアポイントの取り方や講義のレポート提出法や研究室内の情報連絡法などを換え、講義室内での私語のあり方を換え、友人との連絡の取り方やともに過ごす時間のあり方を換え、就職活動の形態すら換え、大学生活全体に変化をもたらしている。

このような変化を学生相談の現場でも受けないままではいられない。基本的には、実際に会い、姿や表情や様子を見ながら話をし、お互いの信頼関係を築いた上で成り立っていく心理相談が、電子メールという道具をどのように利用していけばよいのだろうか。本論では、京都大学カウンセリングセンターの電子メール窓口の現状を報告し、そこから見いだされる課題を検討してみたい。

II. カウンセリングセンターの電子メール窓口

当センターの電子メール窓口は、2000年4月に開設された。それに先行して、学生懇話室からカウンセリングセンターへ改組したのに伴いセンターの概要が載せられたホームページ^{*1}が1999年6月に公開されており、1999年から2000年にかけてセンターがインターネット社会に徐々にデビューしたといえる。

この電子メール窓口の所在が示されているのは、大きく分けて2種類ある。1つは、カウンセリングセンターの相談受付窓口としてのものである。センター概要などが掲載されている学内出版物に電話番号などと並記してあったり、センターのホームページ上で、以下のように記されてメールが出しやすいうようにリンクさせてあるものである。

◆相談申し込みの方法

センターまで直接来室されるか、電話にて申し込んで下さい。手紙、ファクス、電子メールでも受け付けます。手紙、ファクス、電子メールの場合、所属、氏名ならびに連絡先を必ず明記してください。折り返し連絡します。(相談の秘密は守られます)。相談は京都大学の構成員に限られます。なお、外部の方で心理相談のサービスを求めている方は、教育学研究科付属の心理教育相談室にお尋ねください。心理教育相談室へのお問い合わせ・相談申し込みは電話のみ

* 京都大学カウンセリングセンター

(075-753-3056) となっておりますのでご注意ください。

(京都大学カウンセリングセンターホームページ^{*1}より引用)

もう一つは、セクシュアルハラスメント全学相談窓口として、京都大学人権問題対策委員会のポスターあるいはホームページ^{*2}上で、メールアドレスが電話番号やスタッフ名とともに掲載されているものである。

また、この窓口は、センターの専任スタッフが複数いることもあり、教官個人所有のアドレスではなく、施設としてのアドレスを取得している。来たメールへの対応は、既に担当のカウンセラーがいる場合はそのカウンセラーが、そうでない場合は専任の4名が協力して対応している。返信は基本的にセンターに勤務している時間に限って行われている。

Ⅲ. 電子メール窓口利用状況

1. 平成12年度（平成12年4月1日～平成13年3月31日）

面接相談でメールを利用した実人数は48人、延べメール数は187通。一人あたり平均3.9通。48人の所属は表1-1の通りである。「その他」には、聴講生、研究生などが含まれている。表1-2は、メールを受け取った時点以前の来談状況である。既に来談中の利用者も、メールで初めてセンターにアクセスする利用者もほぼ同じくらいの数である。なお、メールで初めてアクセスする利用者の中には、今後の来談を前提としていない文章の書き方になっているものもあり、それが「未（予定無）」に分類されている。表1-3は、48人の初回のアクセスの内容分類である。明瞭に来談の申し込みに書いてあるものは、「来談申込」に分類されているが、来談の意図が書かれず困っている現状などが記され「どうしたらよいかアドバイスを下さい、返事を下さい」などと書かれているものは「メール上で相談」に分類されている。表1-4は、メールを初回にもらった後の経過である。もともと通常来談していた人の利用もある一方で、新規来談につながったものが19人、やむを得ずメール上の相談になったものが3人、などの経過を示している。

次にメール延べ件数を利用者の所属により分類したものが、表1-5である。表1-6は、それぞれのメールに相談内容につながる詳細が書かれていたかどうかで分類したものである。6割のメールには詳細が記されている。全体の中には、予約時間の変更やキャンセルだけを伝えるシンプルな2、3行のメールも多いことを考えると（表1-7参照）、ほとんどのメールには詳細内容が記されてくると考えた方がよいだろう。

図1-1は、各利用者が平成12年度に何通メールを出したかを、メール通数によりグラフにしたものである。一度の時間変更連絡などはほとんど1～2回のやりとりで可能なので、1～2通あたりが多くなっていると思われる。一方で繰り返し利用される連絡の窓口にもなっている様子が、5回以上の利用者もいることから分かる。

図1-2は、受け付けたメールが送信された時間別のグラフ、図1-3は送信曜日別のグラフ、図1-4は送信月別のグラフである。センターの受付時間が10時から17時であることを考えると、や

はりその時間帯に多くメールが送信されている。一方で夜間の送信もかなりあるし、午前3時や4時といった時間帯にもメールは送られる。曜日の特徴としては、センターが閉まっている土日の送信は少ないことがあげられる。月別では、後期になってメール窓口がよく知られるようになったのか、10月以降格段に利用数が増えていた。

〈平成12年度〉

1. 初回アクセス分析

表1-1. 送信者所属分類

所属	人数
学部	13
修士	10
博士後期	9
教職員	10
卒業生	3
学外	2
その他	1
計	48

表1-2. それ以前の来談状況

状況	人数
既有(定期)	13
既有(不定)	7
未(予定有)	17
未(予定無)	11
計	48

表1-3. 内容分類

内容	人数
来談申込	16
メール上で相談	12
予約時間連絡	14
近況報告御礼	1
情報提供	2
周辺連絡	2
その他	1
計	48

2. 延べ件数分析

表1-4. その後の経過分類

経過	人数
通常来談	16
新規来談へ	19
メール相談	3
電話連絡へ	2
返信なし	5
その他	3
計	48

表1-5. 送信者所属分類

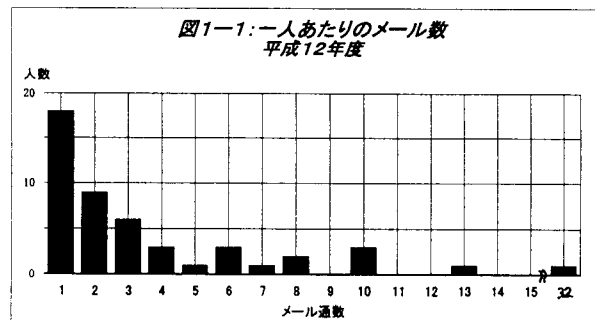
所属	件数
学部	48
修士	48
博士後期	28
教職員	53
卒業生	5
学外	3
その他	2
計	187

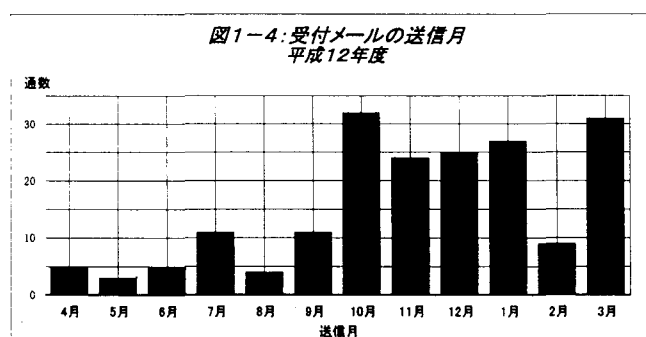
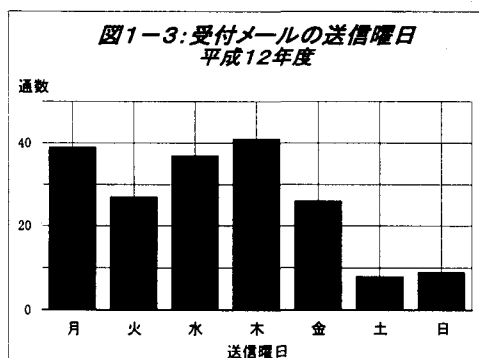
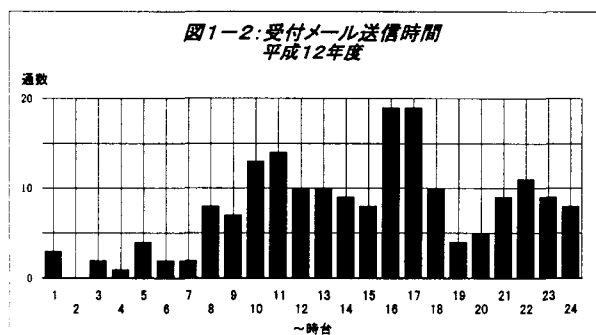
表1-6. 詳細内容記述

詳細記述	件数
有	114
無	73
計	187

表1-7. 内容分類

内容	件数
来談申込	16
メール上で相談	84
予約時間連絡	73
近況報告御礼	6
情報提供	2
周辺連絡	5
その他	1
計	187





2. 平成13年度（平成13年4月1日～12月31日までの9ヶ月間の途中集計）

面接相談でメールを利用した実人数は100人、延べメール数は401通。一人あたり平均4.0通。100人の所属は表2-1の通りである。以下全体の比率としての傾向は、平成12年度と大きく変わっていない。しかし、利用者が非常に増加したことが大きな変化である。13年度は9ヶ月間の統計であるにもかかわらず、2倍超の利用となっており、3月末までの見込みではおそらく前年度の3倍弱程度の利用量となるだろう。また、卒業生、学外者の利用の割合が若干高くなっている。これは海外からすら気軽に使える連絡手段である電子メールの特徴が反映されはじめた部分でもあろう。

図2-1は、各利用者が平成13年度の4月～12月に何通メールを出したかを示したグラフである。前年度とほぼ同じ傾向を示しているが、利用3～4通の人数が増えた印象がある。今年度になり、時間変更などの申し出で来談者から変更先の時間を指定され、担当者の都合がつかず別の時間を提案し、またそれが断られる、などで1回の時間変更回数に数通のやりとりを要する場合が増えてきたという実感があったが、それが反映しているのかもしれない。こういう場合ははっきりいって電話を1回もらえばそれで全てできる話なのだが、それでもメールで連絡を取ろうとされることが増えてきたのが特徴だろう。

〈平成13年度〉

1. 初回アクセス分析

表2-1. 送信者所属分類

所属	人数
学部	32
修士	21
博士後期	11
教職員	14
卒業生	10
学外	8
その他	4
計	100

表2-2. それ以前の来談状況

状況	人数
既有(定期)	24
既有(不定)	20
未(予定有)	33
未(予定無)	23
計	100

表2-3. 内容分類

内容	人数
来談申込	30
メール上で相談	27
予約時間連絡	26
近況報告御礼	6
情報提供	5
周辺連絡	3
その他	3
計	100

2. 延べ件数分析

表2-4. その後の経過分類

経過	人数
通常来談	37
新規来談へ	35
メール相談	15
電話連絡へ	0
返信なし	6
その他	7
計	100

表2-5. 送信者所属分類

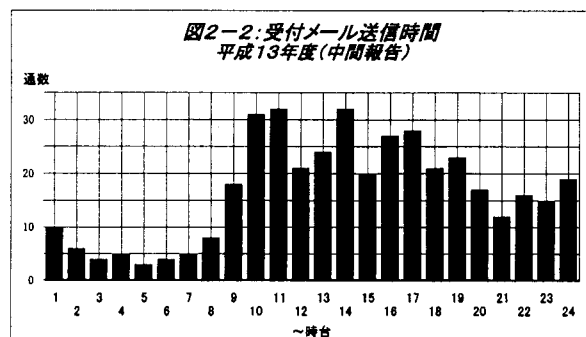
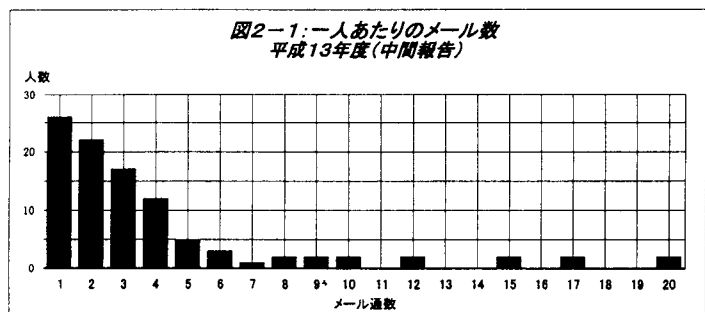
所属	件数
学部	123
修士	71
博士後期	34
教職員	89
卒業生	40
学外	37
その他	7
計	401

表2-6. 詳細内容記述

詳細記述	件数
有	249
無	152
計	401

表2-7. 内容分類

内容	件数
来談申込	31
メール上で相談	148
予約時間連絡	161
近況報告御礼	25
情報提供	16
周辺連絡	15
その他	5
計	401



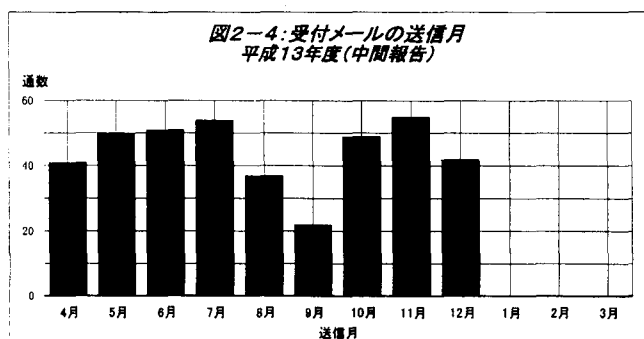
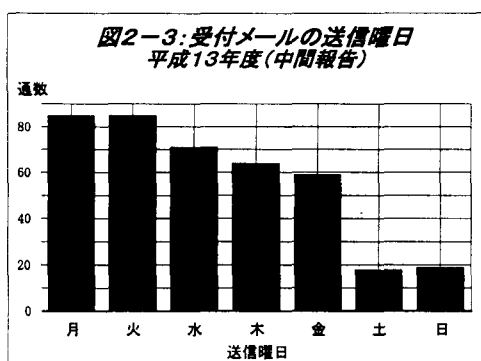


図2-2から2-4は時間別、曜日別、月別の受付メール送信数である。前年度とほぼ同じ傾向であるが、曜日別では土日が明らかに少なく、週はじめの方がより多いという傾向がはっきりしてきた。また月別では窓口の存在が周知されてきたためか4月当初からメールは多く、全体のメール数の増減はセンターのケース数の月別増減とほぼ似た曲線を描いている。

3. 上記のメールに見られる特徴

既に定期的・不定期に来談していたクライアントからのメールは、予約キャンセルの連絡や時間変更の依頼が多い。または来談の間隔にあふれてしまったかのような思いがつづられてくるメールもある。これと似たようなことは電話や手紙でもあることだし、時間外に実際に本人がやってくることもあるので、特にメールだからと特別扱いになるわけではなく、担当者がケースの流れの一環として捉え対応していくことになる。しかし電子メールの特性としては、深夜にでも書いて簡単に送ることができるので、時間的枠組みはかなり弱いと思われる。また電話などで話しているのとは異なり、自力で文章にする過程で、多少はフィードバック機能が働いていると思われる。もしかしたら書いてはみたものの読み直して出すのをやめて消去したメールもあるのかもしれない。そして受け取る側では、活字になってしまった文章だけでクライアントの様子をできる限り想像しなければならない。しかしこれは会ったことがある相手なので、まだましだと考えた方がよいだろう。

心理相談を目的として、初めてメールでアクセスする人のほとんどは、メールに所属や名前を明記している。その送信アドレスは京都大学が交付したと分かるものが多いが、携帯電話のアドレスや、一般のプロバイダのアドレスから送られてくるものもかなりある。そのような場

合は、本当に当センターの対象者であるのかどうかは来談してもらわないと分からない。また、継続的にメールを利用するクライアントの中には、3種類のメールアドレス（多くの場合、大学のアドレス、一般プロバイダアドレス、携帯アドレスの3種類）から送ってくる場合もあるので、例えば大学アドレスだけを受け付けるなどの制限をつけるのも難しいかもしれない。ともかく、メールが来たら、アドレスによらず、相談内容の詳細が記載されているかいないかによらず、実際に来談してもらおうべく、時間調整を行い連絡を取ることになる。ほとんどは来談に至るが、最近「メールで手っ取り早く教えてください」といったニュアンスの含まれた、相談内容の詳細が記載されたメールが見られるようになってきた。この手の質問をする人は、ネット社会では古くから「教えて君」などと呼ばれ、少し前のパソコン通信の時代では、こんな質問をしようものならばこぼこに（言葉で）叩かれ、「その社会の参加者へ礼節を言葉でつくし、自力で努力したことを言葉で詳細に分かりやすく記載し、アドバイスを実行したらその経過と結果を詳細に報告し、その社会の経験の蓄積とする」というネットでのマナーをたたき込まれる羽目にあったものである。パソコンの不具合の改善を尋ねるのでもそれくらい厳しく言われるのに、人間の不適応の改善について「手っ取り早く」尋ねられてもなあ、という気持ちがついつい出てきてしまう。

一方、セクハラ窓口へ初めてメールでアクセスする人のおよそ半数程度は、匿名である。そのような場合はメールアドレスもhotmailなどのブラウザ利用の無料メールが使われていることが多い。いわゆる「捨てメール」で、気軽に取得し、気軽に抹消できるアドレスなので、もともと高い匿名性がさらに強くなる。高い匿名性に守られてはじめてセクハラ窓口にアクセスする気持ちになれるのかもしれないので、よい面もあるとは言える。しかしそこまで気を使っておられるので実際の来談にもなかなかつながらない。メールのやりとりを通じて窓口との信頼関係を築くことがまず必要となるが、その際には電子メールという道具の運ぶ情報量のあまりの少なさに苦勞することになる。電話なら少なくとも声の調子や話の間が、手書きの手紙なら少なくとも文字の整い具合や乱れや筆圧が、会ったことのない相手を想像するヒントになるのだが、電子メールにはそれらもなく、活字になった文章以外にわずかに参考になるのは送信時間くらいである。寡少な情報から相手を想像するのは、想像以上に時間がかかりしかも見当はずれかもしれない、相手の手元に残る返信の文章を練るのにも時間がかかる点が、双方にとってのデメリットであろう。

4. その他

上記で統計の対象としたもの以外にも、メールはやってくる。

広告のダイレクトメールなどは対応の問題外である。カウンセリングセンターには概要を載せた英文のホームページもあるためか、海外からもメールが来る。海外からは、留学を希望している学生からの問い合わせや、ボスドクの就職口探しに自己PRを載せたメールや、日本の

(カウンセリングや心理学とは関係ない) 文献や研究者を探しての問い合わせなどがあり、ひいては日本旅行中のホームステイ先と日本文化に詳しい人を紹介して欲しいといった問い合わせまでが来ることもある。これらについては、適切なものは留学生センターの方へ転送し対応をお願いし、当センターでは調べようもない件に関しては、現在のところ、丁重にお断りの返事を出し、可能な限り調べる参考になるような他のホームページなどを紹介するようにしている。こういうメールがやってくることを考えると、米国や英国などでは、大学のカウンセリングセンターが本当に気軽に利用しやすく、また何でも相談をきき、適切な援助をし、あるいは援助が求められる場所を紹介しているのだろう、ということが想像される。例え準備が整っていなくても窓口がデビューしてしまえば、そういうニーズに無理矢理にでも引きずり込んでいくインターネット世界の力の強さに驚く。

また、当センターの対象者を明言してあるにもかかわらず、他大学の学生や社会人から相談を申し込まれることもある。その場合はたいいてい悩みの詳細が長文で書かれており、メール相談ができると思いこまれている節がある一方で、伝わる切迫感からそのままにはしておけないことが多い。現在のところの対応は、相談自体はお断りするが、送信者にとって出来るだけ身近な相談室もしくはそれらを紹介してくれそうな機関をこちらで探し、情報としてお知らせするようにしている。しかしこれも重なるとかなりの作業量となり、対策を考えねばならない点であろう。

さらに、セクシュアルハラスメントの全学相談窓口としてメールアドレスを公開してあるためか、他大学についてのセクハラ⁹¹の告発が匿名で入ることもある。また、本学の大学院生がインターネットに社会倫理上問題のあるホームページを開いていたことについての抗議メールが、センター分だけで600通余りも短期間に寄せられたこともあった⁹¹。その他の部署にも大量に寄せられたため一時的にサーバーの能力を超え、センターのメール窓口はダウンしかかった。これに関しては当該研究科がまとめて対応してくれた。しかし、このような告発や抗議のメールも来ることは予測に入れておかねばならないということだろう。

当然流行のコンピュータ・ウィルスもメールの形でやってくる。ネット上に新しいウィルスの日本語の警告が出るのとほぼ同じ日のうちに、センターにもそれがやってきはじめるので、あたりまえのこととはいえウィルス情報には常に注意し迅速に対処して行かねばならず、大変に気を使う点である。

Ⅳ. 現状から見える課題

1. 受付だけではおさまりきらない性質

以上のように、現在のところ、センターではできる限り電子メール窓口を受付窓口として機

⁹¹ 主として2ちゃんねる(掲示板)の参加者による。

能させようとしている。そして実際の来談へとつなげるべく働きかけている。これが可能なのは、相談対象者が本学の学生・院生・教職員など基本的には大学に近いところに住み、相談にも訪れることができるはずの集団に限られているからである。

しかしそれでも、今週と次週の面接の間に電話をかけてくるクライアントがいるように、面接の間にメールを送ってくるクライアントがいる。来談を促しても、まるでセンターのドアの前に逡巡する影があるのに開けずに帰っていくまだ見ぬ学生がいるように、メールのやりとりのままなかなか実際には来られないクライアントがいる。さらに本学でもキャンパスが部分的に少し分散しているために、時間的に実際の来談には結びつかない学生もいる。どのように受付の機能だけを果たさせようとしても、窓口として開いてしまったからには、その背後には、「電子メールで心理相談は可能なのか」という問いかけが常に存在し迫っているのである。

2. 電子メールによる心理相談 ― インターネットの中で ―

電話でのカウンセリングがさまざまな形で行われているように、電子メールによるカウンセリングもインターネットの中で既にはじまっている。

日本オンラインカウンセリング協会という組織がホームページ^{*3}上に、「オンラインカウンセリングサービスに関する倫理規定(2001年9月1日)」を公開している。この倫理規定には、電子メールなどのオンラインの手段でカウンセリングをする場合に特に注意しなければならないことがあげられている。非言語の手がかりが欠け誤解が生じうることをカウンセラーが認識する必要性や、返答所要時間の目安をクライアントは知らされるべきであることや、カウンセラーのプライバシーの権利の観点からクライアントの手元に残るコミュニケーションの記録の使用に厳しい制限がかかることなどは、オンラインならではの注意点であろう。しかし、例えば「カウンセラーはオンラインカウンセリングサービスを提供する前に、十分にクライアントに対してアセスメントを行うべきです。」とあるが、実際には電子メールでどのようにしてアセスメントを十分行うことが可能であるかなどについては書かれていない。前述したように電子メールはそれだけでは大変情報量が少ないのである。まずそのアセスメントが難しいことを思えば、オンラインカウンセリングも始まりからして難しい。これはおそらく今後さらに検討が必要とされるポイントであろう。

@はあと・くりにつく^{*4}という組織も、E-mailカウンセリングをWeb上で提供している。ここは東京に実際に面談するオフィスがあり、さらにE-mailカウンセリングを手がけている。このホームページでは膨大なページを削いてE-mailカウンセリングについて説明を尽くす努力がなされている。この努力は情報提供として必要なものであるが、同時にE-mailでカウンセリングに取り組むことがクライアントとカウンセラー双方にとってどれほど大変なものであるかがよく伝わってくる。E-mailカウンセリングの概要には、メールカウンセリングでメールを書くのがクライアントにとってつらいであろうことや、感情を直接扱うことができないことや、

長い期間コンスタントにメールを書き続けるには相当な意欲と精神力が必要であることが記されている。カウンセラーがどのようなメールカウンセリングの作業を行うのか説明してある部分は、大変興味深い。以下に引用すると、

私たちはカウンセリングの質を維持するために以下のような手順を踏んでいます。()内はおおよその時間です。

1. メール受信
2. 粗読 (3-5分) : 受信したメールは一応すぐ目を通し、緊急の場合は対処します。
3. 精読 (5-20分) : 返信のために、詳細にメールを読み込みます。
4. 検討 (5-90分) : 以前に頂いているメールにも目を通し、どのような返信をするかを検討します。 必要に応じて (カウンセリングの枠組みを構築する段階などでは特に)、類似ケースや文献等を 調査して方針や返信内容を再検討します。
5. 打込 (10-60分) : 最終的な検討を経て実際にメールを打込みます。
6. 査読 (5-10分) : 査読者または担当者が再度返信内容をチェックします。
7. 送信 : 実際にメールを返信します。
8. 記録 : 次回のメール受信に備えて資料を整理保存します。

このうち、課金の時間として計算するのは3,4,5のプロセスです。

(@はあと・くりにつくホームページ*1: メールカウンセリング/Q&Aより)

とある。この過程は、学生相談やセクハラ相談でメールを受け取ってもほぼ同じ手続きと時間がかかっているという実感があり、納得のいくものである。課金とあるのは、カウンセラーの作業5分を1ポイントとして、1ポイントにつき950円の料金がかかるシステムのためである。1回につき上限が12ポイントで、1通のメール発送に平均50から80分程度かかっているのではとんどの場合10から12ポイント分の料金がかかるとのことである。1通につき1万円前後というのは、かなり高いハードルとなっていると思われるのだが、受付数が上限に達して1年のうち3分の1から4分の1の期間は受付停止になる様子から、申し込みがかなり多い（もしくはメールカウンセリングの受付枠がかなり少ない）ことが推察される。

また、村上龍主催のメールマガジンの中で妙木浩之とMAKIがメールを通じて公開カウンセリングを行った記録が、書籍になって出版されている（妙木・MAKI, 2001）。MAKIのエッセイのような言葉に対して、妙木が公開であることを前提として広く読者に語りかける言葉とMAKI個人に語りかける言葉を、心理経済学の立場から返している。読む中で印象に残る言葉は、妙木のメールの最後に書かれる「またメールします」である。新しい試みに対する熱意が時に暴走するかのような、内容が詰まった長文のメールが書かれるのだが、その最後にある8文字で、どこかほっとする温かさが取り戻されてくる印象がある。Wallace (1999) は、オンライン世界でわたしたちがやや冷たく、怒りやすく、無愛想に見えるのは、通常のコミュニケーションでは当然の礼儀正しさがオンライン世界では少々損なわれてしまうからだ、と述べている。そしてこれが悪循環を引き起こすことを思えば、オンライン世界でも温かい印象を醸し出すことが重要だと指摘している。妙木のこの試みには、テキストだけで如何に相手の発言を抱

え、温かさを保って相手に言葉を渡すかの一例が示されているように思う。

この公開カウンセリングについて高石(2002)は、公開であるがゆえにある種の祝祭性を持ち、メールコミュニケーションにありがちなある種の馴れ馴れしさや崩れが見られず、常に節度ある緊張感が維持されていることを指摘している。確かにセンターに届くメールも、妙にくだけた印象を持つものやぶっきらぼうな印象を持つものが特に携帯電話利用のものに見られやすい。文字数制限の問題もあるのかもしれないが、手元でいつでもどこでもメールできる状態になっているのが、そういう印象が生じる原環境であるかもしれない。高石(2002)は、この「いつでもどこでも」というインターネットの特徴と実際の面接室の「ゲニウス・ロキ」は共存し得ないとし、面接室での出会いにこだわりたいと述べている。電子メールにしても、電話にしても、カウンセラー側は多くの場合、面接室あるいはスタッフルームからクライアントに向けて言葉を発しているのだが、受けるクライアント側はどこにいるか分からないし、クライアント側から発せられる言葉が、どんな環境の中で生まれている言葉かが分からないということを、忘れてはならないし、面接室という場(トボス)に支えてもらえない言葉になってしまっていることを勘定に入れてやりとりをしないといけないことがあらためて認識される。

3. 学生相談における電子メール窓口の課題

昨年の日本心理臨床学会第20回大会における、「21世紀の学生相談を展望する」という自主シンポジウムで話題提供した際、電子メール窓口のことに触れたら、フロアの関心が大変高かったことを覚えている。現在大学で学生相談に携わっていたら、メールという連絡手段の取り入れ方を考えざるを得ない状況にどこもなっていると思われる。

電子メールでのカウンセリングはまったく無理なわけではないが、場、言葉に制約がある範囲内での利用であることを常に意識していないと難しいと思われる。学生相談では、電子メールはまずは受付窓口として利用し、原則的に実際の来談を促すのが一番だろう。メールでも、実際の面接でも、結局は1回に同じくらいの時間を必要としている。それなら相談者の情報をよりさまざまなチャンネルからキャッチすることのできる実際の面談の方が双方にとってはお互いによりよいことが多い。

また、メール窓口に関わるスタッフは原則として複数必要である。これは、普段担当しているクライアント相手に出すメールは別として、見知らぬ相手に出すメールは、こちらから届く情報も活字の文章だけになるので、書いた文章が誤解される恐れはないかなどをチェックしてくれる同僚がいることが望ましいからである。先述した@はあと・くりにつくの手続ききで言えば、査読にあたる過程である。また、電子メールは送ったら相手にほとんどすぐ届くと思われる

¹⁾ 「ゲニウス・ロキ」『場所の精霊』『土地の精霊』などと訳される。河合・中村(1984)『トボスの知』で中村により時間と空間が一体化した例として言及された言葉。

ている。実際には遠回りして5時間くらいかかったり、時には途中で失われる事故にあうこともあるのだけれど、送信者の方は「送信」を押した瞬間から返事を待っていると考えた方がよい。深夜、日曜日、連休、正月関わらずこういう待ち方をクライアントにされていることを思えば、複数のスタッフで協力して取り組まないと負担が大きい。カウンセラーが一人だと、かえってカウンセラーの方が不安になり、外出先にノートパソコンなどを持ち歩いてメールチェックせずにはいられなくなる恐れがある。

本学ではまだ取り組む予定はないが、電子メールによるアクセスが増えてきて、手一杯になる場合には、アクセスを大学のアドレスだけに限定するとか、申し込みフォームをホームページ上に作成しそれに必要事項を書き込まないと送信できないように限定するなどの方法で、対象者以外のメール、匿名などで扱いに苦慮するメールを減らすことは技術的には可能であろう。情報提供の一環として、その日到着のメールに返信するために必要な日にちをホームページに掲示することも考えられる（ただし、ホームページなどは最初にメールを出す時にアドレスを調べる際には見るが、その後の送信はパソコンや携帯のアドレス帳を使われるので、あまり意味をなさないかもしれない）。ウィルス対策などは、自己防衛とともに、サーバーまるごとの対策を大学に依頼することも考えられる。

やむを得ずしばらく電子メールで相談が続くのなら、適度な緊張感を保てるような言葉遣いとともに温かい雰囲気が伝わるような言葉を使えるように、カウンセラーの「書き言葉」を研鑽しなければならないだろう。一番神経を使い、難しい課題はこの「送信者のメールをどう読みとり」「返信メールの文面をどう書くか」ということに尽きる。これはケースバイケースであるし、私たちが日々の検討課題として、取り組んでいくしかない。

引用文献

- 河合隼雄・中村雄二郎 (1984) 『トボスの知』 TBSブリタニカ
 妙木浩之・MAKI (2001) 『心理経済学講座 好きできらいで好き。』 NHK出版
 高石浩一 (2002) インターネットはゲニウス・ロキを持つか クリニカル・インターネット12
 ころの科学101 日本評論社 pp132-139
 Wallace, Patricia (1999) THE PSYCHOLOGY OF INTERNET Cambridge University Press. (川浦康至、貝塚泉訳『インターネットの心理学』NTT出版 2001)

参考URL

- *1 京都大学カウンセリングセンター <http://www.adm.kyoto-u.ac.jp/counseling/>
- *2 京都大学人権問題委員会 <http://www.adm.kyoto-u.ac.jp/jinken/>
- *3 日本オンラインカウンセリング協会 <http://www.online-counseling.org>
- *4 @はあと・くりにっく <http://www.heartclinic.co.jp>